

QUESTIONS À...

François GIREAU,
Président Directeur Général de BESSON
Président de la FEC
(FÉDÉRATION DES ENSEIGNES DE LA CHAUSSURE)



François GIREAU, vous êtes président de BESSON depuis plusieurs années ; pouvez-vous nous rappeler les grandes étapes de votre parcours professionnel ?

J'ai débuté comme enseignant-chercheur en Sciences de Gestion avant de me tourner vers les Ressources Humaines. **J'ai été DRH de plusieurs enseignes** : HABITAT, NAF-NAF ou LA HALLE AUX CHAUSSURES. Très présent sur le terrain, j'ai ensuite pris la direction du réseau HAC et de ses 700 magasins, une transition rare des RH vers les Opérations mais finalement assez naturelle.

En 2013, je prends la direction générale de BESSON, alors filiale de VIVARTE et je réalise en 2018 un LBO primaire sur l'entreprise avec Weinberg Capital Partners et Philippe GINESTET, comme actionnaires principaux.

Je réalise que mes quatre derniers employeurs ont disparu... C'est dire à quel point le retail a été bouleversé. Mais, c'est ce qui rend ce secteur passionnant : tout y est possible et le facteur humain est déterminant dans la trajectoire de nos enseignes !

Le marché de la chaussure connaît de profondes mutations depuis plusieurs années. Les fondamentaux de ces transformations sont-ils identiques à ceux de l'habillement ? Quelles sont les principales différences ?

Certaines évolutions sont très similaires notamment en ce qui concerne les circuits de distribution : effondrement des indépendants, développement puis tassement des chaînes de périphérie, forte réduction des enseignes de centre-ville au profit du e-commerce et des enseignes de sport.

Mais le sportswear a été une vraie révolution dans la chaussure. Aujourd'hui, près d'une paire sur deux vendue en France est une sneaker ! Les premiers vendeurs de chaussures en parts de marché en France sont aujourd'hui INTERSPORT et DECATHLON devant les enseignes spécialisées.

Mais la technicité de la chaussure, la largeur de pointures (du 36 au 41 minimum dans la femme) et la plus faible fréquence d'achat rendent notre marché plus difficile d'accès et moins concurrentiel.

BESSON a connu un développement soutenu ces dernières années ? Quelle est la dimension de votre parc de magasins en France et à l'étranger ?

Nous avons aujourd'hui 214 magasins dont 8 en Espagne, 16 en Belgique et 190 en France. Nous ouvrons une dizaine de magasins chaque année selon les opportunités.

Quels sont vos formats de magasins et vos lieux d'implantation aujourd'hui ? Le digital est-il un canal majeur pour votre enseigne et ses développements ?

Le modèle historique de nos magasins reposait sur de très grands formats (1200m² de surface de vente) en périphérie des grandes villes. Même si nous avons un peu réduit la surface, cela reste le format de prédilection pour offrir le plus grand choix de modèles et de marques. Mais nous avons aujourd'hui également un format plus petit (300 à 600m²) adapté aux centres commerciaux et centre-ville.

Nos clients plébiscitent largement l'achat en magasins afin de pouvoir essayer et mieux visualiser les produits.

Le digital nous permet de prolonger le service à nos clients (click & collect, shift from store ou commande magasin). Le web nous permet également de recruter de nouveaux clients sur les zones où nous ne sommes pas présents mais pas à n'importe quel prix. Le web doit rester contributif comme n'importe quel magasin.

Vous avez récemment pris la présidence de la Fédération des enseignes de la Chaussure ; pouvez-vous nous dire quelques mots de cette organisation, ses adhérents et ses missions ?

Seule organisation représentative des enseignes succursalistes de la chaussure, la fédération représente environ 60 enseignes, 4.000 points de vente et 16.000 salariés en France, pour un chiffre d'affaires global estimé à 3,2 milliards d'euros.



Parmi nos adhérents, vous retrouvez notamment le groupe ERAM, CHAUSSEA, BESSON, BESSEC, GEP mais également GEOX, TAMARIS, PARABOOT, MANFIELD ou DEISCHMANN.

La FEC, définit par son comité directeur et ses représentants les grandes orientations de la branche, négocie avec les organisations syndicales représentatives, défend les intérêts de ses adhérents notamment auprès des pouvoirs publics et leur apporte conseil et assistance. La FEC est membre de l'Alliance du Commerce, du Conseil du Commerce de France et de l'Alliance France Cuir.

Dans ce cadre collectif quels sujets majeurs sont à l'agenda ? Est-ce la concurrence des plateformes chinoises ? Est-ce la problématique de la RSE et des transformations de modèles et ses complexités spécifiques pour la chaussure ... ou tout autre sujet ?

Les sujets qui entravent aujourd'hui le commerce et la bonne marche de nos entreprises sont malheureusement nombreux. **La concurrence déloyale des plateformes chinoises est insupportable.** Elle pénalise la santé de nos clients, la santé de nos entreprises et celle de nos finances publiques. Il est urgent d'agir et rétablir les mêmes règles (normes de sécurité, fiscalité, traçabilité...) pour tous.

Les questions RSE sont clés et plus complexes dans la chaussure. Des réticences des clients existent sur le développement de la seconde main, la réparation patine du fait d'un coût élevé et les procédés de recyclage des composants d'une chaussure sont encore expérimentaux. Ce sont de vrais défis pour notre filière.

Le développement de matériaux innovants et notamment à partir d'une part de produits recyclés est intéressant mais le consommateur n'est pas prêt à payer plus cher.

Quant au cuir, pourtant déchet de l'industrie alimentaire et gage de durabilité de nos chaussures, il est menacé pour son bilan carbone qui embarque une partie de l'élevage des animaux...



I LOVE MY

* Les Fées *
de
Bengale *

Nous n'élevons pas des vaches pour faire des chaussures ! Les procédés pour garantir un tannage plus responsable se sont bien développés grâce au label LWG. Nous devons redoubler de pédagogie pour valoriser le cuir.

Dans beaucoup de secteurs, donner envie aux collaborateurs de rejoindre nos enseignes est une difficulté. Est-ce également le cas dans votre secteur et pour BESSON en particulier ? Quels sont les enjeux et... les solutions possibles ?

Pas de commerce sans goût du service client et une formation appropriée. Nous connaissons tous, particulièrement depuis la COVID, les difficultés à travailler en magasins, le week-end pour des métiers pas toujours bien rémunérés. Au-delà des coups de pouce financiers bien venus en cette période, le développement de l'apprentissage, nous a permis également de rajeunir nos équipes, avec une belle envie d'apprendre et de s'investir. A nous de les accompagner et de leur donner des perspectives.

Voyez-vous des « combats communs à mener avec Procos vis-à-vis de notre écosystème commun : pouvoirs publics, élus locaux, villes, bailleurs ...

Le décalage entre loyers et chiffres d'affaires est devenu insoutenable. Les charges deviennent parfois incontrôlées et injustifiées par certains bailleurs. Le commerce physique et notamment en centre-ville ne pourra se redéployer sans retrouver des taux d'effort acceptables. Nous attendons avec impatience les mesures de simplification et d'accompagnement notamment sur la mensualisation des loyers.

J'en profite pour te remercier Emmanuel pour ces neuf années de service exemplaire auprès de nos enseignes avec beaucoup de dévouement et de professionnalisme.

